



SIEMENS PARTICIPÓ CON SOLAR DECATHLON EN EL SALÓN INMOBILIARIO DE MADRID

Siemens electrodomésticos participó en la novena edición del Salón Inmobiliario de Madrid (SIMA), que se celebró entre el 29 de mayo y el 2 de junio en el parque ferial Juan Carlos I de Madrid, formando parte del prototipo de vivienda bioclimática autosuficiente «Solar Decathlon 2007». Un proyecto de la Universidad Politécnica de Madrid que incorpora las últimas tecnologías que permiten la máxima eficiencia energética.

«Confort máximo, coste energético mínimo». Así se presentaba en SIMA 2007, por primera vez en España, la Casa Solar, un proyecto de construcción sostenible dise-

ñado por estudiantes de arquitectura de la Universidad Politécnica de Madrid (UPM) que representará a España en el concurso Solar Decathlon, organizado por el Departamento de Energía de Estados Unidos.

La Casa Solar ha sido concebida como un soporte sobre el que integrar múltiples tecnologías y sistemas de construcción industrial orientadas a optimizar la eficiencia energética. Su equipamiento incluye los siguientes electrodomésticos de alta eficiencia de Siemens: frigorífico americano KA 58 NA 10 con clase de eficiencia energética A, lavadora WM 10 E 020 EE con entrada bitérmica y eficiencia energética Aplus, secadora WT 46 S 511 EE de 7 kg de capacidad, lavavajillas totalmente integrable con clase A de eficiencia energética de lavado y de secado, placa de inducción EH 7 S 65001 E con 3 zonas de cocción, campana telescópica LI 48631 y microondas de acero inoxidable HF 23556 EU.

No es la primera vez que se elabora un hogar de estas características en España. Hace dos años, también durante la celebración del SIMA, se presentó en sociedad un proyecto similar, igualmente equipado por Siemens electrodomésticos, bautizado con el nombre de Magic Box y que también concurrió al Solar Decathlon. ●

ESPAÑA, DISPUESTA A DAR APOYO AL PROYECTO GALILEO

La ministra de Fomento, Magdalena Álvarez, señaló el pasado mes de junio que España está dispuesta a dar un «apoyo especial» al sistema de comunicación por satélite Galileo. El proyecto europeo sufre problemas de financiación desde que las empresas privadas implicadas lo abandonaron al dudar de su rentabilidad. «Haremos el esfuerzo para darle el impulso necesario», ha dicho Magdalena Álvarez a los periodistas a la entrada del Consejo de Transportes, Telecomunicaciones y Energía en el que los Veintisiete tratarán hoy de sacar el programa del atolladero.

La ministra mostró su acuerdo con el comisario europeo de Transportes, Jacques Barrot, que cifró en 2.400 millones de euros, además de los 1.000 ya presupuestados, el dinero que debe aportar la UE para poner en marcha el sistema de comunicación.

La Unión Europea tiene previsto aceptar una mayor financiación pública para Galileo si quiere sacar adelante este proyecto, que pretende competir con el GPS estadounidense. El proyecto de resolución del Consejo llega a la conclusión de que «las negociaciones en curso sobre la licitación han fracasado y deben concluir».

Tras la estampida de las ocho empresas a las que se concedió su puesta en marcha —entre ellas las españolas Aena e Hispasat—, la UE «reconoce que la aplicación de Galileo por parte del sector público necesitaría de una mayor financiación pública». La Comisión Europea ha calculado en 2.400 millones de euros (el coste de construir 400 kilómetros de carretera, remarcan), más los 1.000 ya presupuestados, el desembolso necesario para que el sistema salga adelante sin participación privada. ●



ORANGE COMERCIALIZARÁ EN ESPAÑA LA PRIMERA BLACKBERRY CON WIFI

La compañía canadiense RIM anunció ayer el lanzamiento de su primera Blackberry dual, con conectividad móvil y Wifi, para que los operadores den servicios convergentes fijo-móvil de voz y datos. El terminal, denominado Blackberry 8820, «complementa las redes móviles de nuestros operadores asociados con la posibilidad adicional de permanecer conectado mediante Wifi en casa, en puntos públicos de acceso (*hotspots*) y dentro de zonas de empresa», dijo Mike Lazaridis, presidente de RIM.

El fabricante de las Blackberry, que ya ha superado en valor bursátil a Motorola (su capitalización es de 42.800 millones de dólares), explicó ayer que el lanzamiento es «global y agnóstico», refiriéndose a los operadores. *Associated Press* informó, sin embargo, que en EE UU el equipo estará disponible a través de AT&T a finales de verano y, en España, será Orange la primera operadora que lo venda, según explicaron a este periódico fuentes próximas a ésta.

El terminal, que incorpora también GPS, está disponible ya en el mercado libre. Y en EE UU tratará de competir con el iPhone de Apple, al dirigirse a un mercado de consumo profesional donde se utilizará igualmente para correo electrónico y mensajería instantánea que para escuchar música y ver vídeos. ●



ALERTA REvisa LA POLÍTICA DE PATROCINIO DEL GRUPO PARA APOYAR NUEVOS VALORES

Telefónica planea cambiar su estrategia de patrocinio y abandonar los valores consagrados para centrarse en los nuevos talentos, para lo que se apoyará en redes sociales. Además, un 25% de su inversión se destinará a la inclusión social.

Música, deportes, arte y cultura serán los principales destinatarios de la inversión promocional que realice a partir de ahora Telefónica. La empresa que preside César Alierta se encuentra en estos momentos revisando toda su política de patrocinios que será modificada sustancialmente en varios aspectos. En primer lugar, dejará de ser una parcela específica de cada uno de los países en los que la operadora está presente y dispondrá tanto de un presupuesto único como de objetivos comunes.

La nueva estrategia tiene como finalidad «hacer realidad la visión de Telefónica de lograr un espíritu de progreso. Patrocinaremos música, deportes, arte, pero todo pasará por el filtro de progreso», aseguró ayer Luis Abril, director de comunicación corporativa de Telefónica. Además, dejará de apoyar valores consagrados para hacerlo con promesas de futuro y artistas, músicos o deportistas en formación.

El cambio en la política de patrocinio deberá ser aprobada en uno de los próximos consejos de administración que celebre la compañía, que no desveló ayer datos concretos respecto al volumen económico de la inversión prevista. Lo que sí es seguro es que, al menos, podrá contar con el millonario presupuesto que años anteriores se destinó al patrocinio de Fernando Alonso y de su antiguo equipo de Renault.

Además, del importe global que la compañía invierta a partir de ahora al patrocinio, un 25% se destinará a la realización de políticas de inclusión social, además de favorecer el uso social de las tecnologías de la información. Telefónica considera que las TIC pueden colaborar, entre otras cosas, en la reducción de las desigualdades educativas, acercando la enseñanza a las zonas menos favorecidas. Sólo durante el año pasado la operadora destinó más de 50 millones de euros a su política de acción social, que se distribuyeron fundamentalmente a través de la Fundación Telefónica.

De acuerdo con los datos del último informe de responsabilidad corporativa, en 2006 la operadora registró ingresos por cerca de 53.000 millones de euros, pero en total movilizó recursos por valor de 80.500 millones. De ellos, 5.290 millones (el 6,6%) se destinaron al pago de empleados; 9.100 millones (11%) a administraciones públicas; 28.230 millones (el 35%) a sus proveedores comerciales; 25.000 a inversiones; 6.931 a infraestructuras y 5.540 millones a sus accionistas. ●



AHCIET CELEBRÓ SU 25 ANIVERSARIO

La Asociación Hispanoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones (AHCIE), organización privada sin ánimo de lucro integrada por más de 50 operadores y empresas de telecomunicaciones de América Latina y España, celebró el pasado 11 de julio sus 25 años al servicio de las telecomunicaciones en Iberoamérica con una serie de conferencias y actos públicos.

La visión de Iberoamérica y el papel de las TIC como catalizadoras del desarrollo social y económico en la Región centraron las conferencias de los diferentes participantes que acudieron al hotel Ritz de Madrid. José María Figueres, ex Presidente de Costa Rica, habló sobre la conectividad para los próximos 5 mil millones de personas y Andrés Oppenheimer, periodista de *The Miami Herald*, expuso su opinión sobre América Latina en la era de la economía del Conocimiento. El trabajo realizado por el observatorio Digiworld sobre América Latina fue presentado por Javier Nadal, Director General de RRII de América para Telefónica, y Carlos López Blanco, Presidente de Enter.

La ceremonia de inauguración contó con la presencia de Luis Di Benedetto, Presidente de AHCIE, y de Salvador Sánchez Terán, Luis Solana Madariaga y Marco Cruz Miranda, ex Presidentes de la Asociación, quienes recordaron su paso por AHCIE y desearon una larga trayectoria para la Asociación. AHCIE recibió dos placas de reconocimiento de Regulatel y de Aseta, ambas entidades vinculadas a las actividades de la Asociación desde su creación. Además, Etecsa de Cuba quiso agradecer la tarea del Secretario General de AHCIE, Francisco Gómez Alamillo y le hizo entrega de otra mención. ●

LA OCDE AFIRMA QUE LA BANDA ANCHA SIGUE CARA EN ESPAÑA

Un informe de la OCDE ha vuelto a poner en actualidad la carestía de la banda ancha en España. Se-

gún el citado documento, la conexión más barata en España cuesta 32,75 euros al mes, lejos de los 7,89 euros de Suecia, donde se encuentran los precios más bajos, pero también a años luz de países de nuestro entorno como Francia (11,87 euros) o Italia (12,79 euros).

El informe del organismo revela que el 60% de los usuarios de Internet de los 30 países que la forman utilizan banda ancha. El documento asegura que los países que se han pasado a la fibra óptica tienen las mejores velocidades con los mejores precios. En Japón, los usuarios tienen 100 Mbps, diez veces más que la media de la OCDE.

El estudio afirma que el precio de las conexiones por ADSL ha caído un 19% en el último año y su velocidad ha aumentado un 29%; el cable ha experimentado una evolución similar. A finales de junio de 2006, existían en España 13,5 conexiones de banda ancha por cada 100 habitantes, por debajo de la media de la OCDE, que era de 15,3.

La suscripción mensual más barata para banda ancha sin límites está en Suecia, donde una conexión de 256 kbps cuesta 7,8 euros y la más cara se encuentra en México, donde 1 Mbps vale 38 euros. Por tanto, España está mucho más cerca de México que de Suecia en los precios. El precio de la banda ancha en tierras niponas es el más bajo si tenemos en cuenta la cantidad de datos transmitidos, pues allí el megabit por segundo cuesta 0,16 euros, mientras que en Turquía la misma velocidad cuesta más de 58 euros, el precio más alto de los analizados. En EE UU el precio medio del Mbps es de 2,30 euros y en Reino Unido cuesta 2,62 euros.

El informe asegura que la banda ancha se está transformando rápidamente hacia configuraciones inalámbricas. El analista Ian Fogg asegura que es complicado hacer comparaciones entre los 30 países analizados por los distintos desarrollos que se producen en cada uno de ellos. ●



TELFÓNICA TRIPLICA GRATIS LA VELOCIDAD DEL ADSL DE UN MEGA

Con dos millones y medio de clientes y todos ellos navegarán a una velocidad el triple que la actual sin tener que realizar actuación alguna y sin pagar más. Y es que Telefónica ha retomado su política de elevar gratis la velocidad de su ADSL más básico, de forma que todas las conexiones a un mega de capacidad se convierten en tres megas.

El proceso comenzó el pasado dos de julio y se realizará por fases, con el objetivo de que haya concluido en octubre. En ese momento, los dos millones y medio de usuarios de Telefónica que todavía navegan a un mega se unirán al millón largo que optó por conectarse a la oferta de tres megas por un euro más. Esta propuesta se mantendrá a pesar de la triplicación gratuita, ya que el servicio incluye un antivirus.

Se trata de la tercera vez que Telefónica eleva gratis la velocidad de sus clientes. Comenzó pasando a los usuarios de 256 a 512 Kbps, y de ahí saltó a un mega, en verano de 2005. Estas subidas han marcado la velocidad de todos sus rivales y han determinado siempre la navegación más extendida en España. ●

GOOGLE BUSCA CEREBROS EN LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS



Hugo G. Fierro tiene tan sólo 25 años y lleva dos trabajando para Google en Nueva York. La compañía le fichó cuando completaba su licenciatura obtenida en la Universidad Autónoma de Madrid con un Máster en Ingeniería de Software en la Universidad de Cornell y ahora es el encargado de organizar una serie de visitas por las universidades españolas con el fin de captar a los alumnos más brillantes para Google.

Fierro visitará doce universidades españolas para localizar jóvenes talentos españoles. Su principal objetivo es acercar Google a la Universidad española en todos los frentes. Por un lado realizando fichajes, pero también promocionando sus becas de verano y para encontrar a esos profesores o doctores que están desarrollando proyectos e investigaciones que pueden resultar interesantes para Google. «Queremos que se animen a enviar su currículum o a solicitar una beca. Queremos llamar la atención de los estudiantes, y los investigadores», asegura el joven cazatalentos de la empresa estadounidense.

Google busca perfiles muy técnicos y con un alto nivel de inglés. Los candidatos deben tener un buen expediente académico combinado con un currículum que refleje a una persona «apasionada» por la tecnología. También valoran los másteres, los doctorados, los proyectos independientes, la participación en el desarrollo de software libre o cualquier experiencia laboral. Hay que demostrar que se es un *googley*, término que viene a ser el factor X de los empleados de Google, que se refiere a un carácter con muchas inquietudes tecnológicas, pero también culturales o vitales. «Tenemos que percibir la pasión», insisten. Los «elegidos para lo gloria» entrarán en un duro proceso de selección donde se comprobarán los conocimientos técnicos y se plantearán al candidato problemas reales de la compañía. Los procesos son largos y duros, pero una vez alcanzada la meta de ingresar en Google, los agraciados se integrarán en una plantilla sin horarios, sin jerarquías, que trabaja con ideas innovadoras y por objetivos. ●



MÁSTER EN NEGOCIO Y DERECHO DE LAS TELECOMUNICACIONES, INTERNET Y AUDIOVISUAL

El Consejo General del Notariado concede Becas para la realización del Máster. IEB, Líder en Formación Financiera, con las compañías líderes del sector, ofrece el primer y más completo Máster de la especialidad.

Coorganizan:

CREMADES & CALVO-SOTELO
ABOGADOS

Madrid - Barcelona - Málaga - Zaragoza - Buenos Aires
Bogotá - Lisboa - São Paulo - Rio de Janeiro

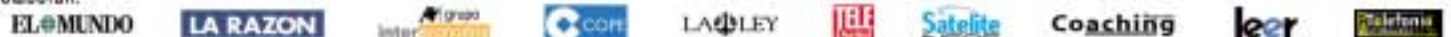


Jorge Juan, 30, 6º - 28001 Madrid - Tel: +34 91 426 40 50 - Fax +34 91 426 40 52 - info@cremadescalvosotelb.com - www.mdte.net

Participan y patrocinan:



Colaboran:



LAS PERLAS DE ANTENA

Una selección de las frases, declaraciones y comentarios que se han publicado en los últimos meses en distintos medios de comunicación

**«Nuestros móviles pesan menos,
pero nosotros no somos más
felices»**

Luc Ferry, Filósofo y ex ministro francés.
(*El País*, 12 de junio de 2007)

**«El Gobierno protege
la creación artística,
pero no la científica»**

Humberto Arnés, Director General
de Farmaindustria.
(*El Mundo*, 3 de junio de 2007)

**«Second Life es la nueva
red que viene, la que
representará al mundo
en tres dimensiones»**

Philip Roseadle, creador de este mundo
virtual en Internet.
(*El Mundo*, 20 de mayo de 2007)

**«Los sistemas y los servicios
relacionados con las tecnologías
de la información crecerán
más en comparación con
las áreas militares»**

Robert Stevens, Presidente de Lockheed Martin.
(*El País*, 20 de mayo de 2007)

**«El robo de intelectuales de países en desarrollo
por parte de Estados Unidos frena la posibilidad
de desarrollo de esos estados»**

Joseph E. Stiglitz, Premio Nobel de Economía.
(*Expansión*, 21 de junio de 2007)

**«No podemos
pretender cambiar
el mundo si primero
no cambiamos
nosotros»**

Anna Mercadé, Presidenta
de la Fundación Internacional de
la Mujer Emprendedora.
(*Expansión*, 23 de junio de 2007)

**«No regularemos las descargas
de Internet. Es prácticamente
imposible. Estamos en el bando
de los que promovemos
la libertad»**

Joan Clos, Ministro de Industria, Comercio y Turismo.
(*El País*, 25 de junio de 2007)

@ntena

General Moscardó, 33
Teléf.: 91 536 37 87 • Fax: 91 535 25 53
28020 Madrid
Gabinete de Prensa
E-mail: prensa@coitt.es

TARIFAS DE PUBLICIDAD 2007



TAMAÑO:

Sangre: 210 x 297 mm.
Mancha: 190 x 262 mm.

PERIODICIDAD:

Trimestral (4 números al año)

TIRADA:

9.000 ejemplares, de distribución entre los Técnicos, Ingenieros y empresas relacionadas con el sector electrónico y de telecomunicación

NOTAS:

- Estas tarifas estarán en vigor hasta diciembre de 2007.
- Fitolitos y encartes por cuenta del Cliente.
- Descuento de Agencias el 15%.

TARIFAS

COLOR:

1 pág. interior	900 €
1 pág. interior durante un año*	2.705 €
1/2 página interior	600 €
1/2 pág. interior durante un año* ..	1.800 €
4ª de cubierta.....	1.140 €

4ª de cubierta durante un año*.....	3.425 €
2ª o 3ª de cubierta	1.050 €
2ª o 3ª de cubierta durante un año*..	3.145 €

ENCARTES:

De 4 páginas	1.080 €
De 2 páginas	900 €

* 4 números al año